

CORDÓN GARCÍA, José Antonio. **Traducción y mercado editorial**. En: LAFARGA, Francisco; PEGENAUTE, Luis (coord.). *Diccionario Histórico de la Traducción en España*. Madrid, Gredos, 2010, pp.1108-1111.

Traducción y mercado editorial

La traducción en sus distintos ámbitos literario y científico-técnico constituye una actividad esencial para el desarrollo, difusión y promoción del conocimiento, en el contexto de las industrias culturales, y así ha sido reconocido en todos los foros internacionales en los que se ha debatido la cuestión. En la declaración final del Congreso Mundial del libro, celebrado en Londres en 1982 y auspiciado por la UNESCO, se recomienda: “que se estimule la formación de traductores, cuya contribución es indispensable para el fomento del libro, y el intercambio de libros traducidos en todo el mundo, y que también se aliente el estudio de las soluciones de los problemas de traducción y terminología que se plantean en los países en desarrollo, en particular con respecto a las obras científicas y técnicas”. La traducción, sin duda alguna, está relacionada con la conciencia democrática de los países, con el potencial que estos encierran de eliminar las diferencias culturales existentes entre las distintas comunidades que los conforman, con la transmisión del conocimiento como valor inmaterial y permanente, con la posibilidad de inducir algunas de las ideas más sobresalientes que caracterizan a las distintas culturas que, modificando su primitiva formulación, han acabado convirtiéndolas en patrimonio de la humanidad, y en definitiva con una serie de valores que sobrepasan las definiciones al uso centradas en los aspectos casi exclusivamente lingüísticos de la misma. El flujo de conocimientos en todos los campos del saber sigue el camino ineludible de la traducción. Esta juega en Europa una importancia crucial, constituyendo una característica de nuestra época y de nuestro espacio geocultural, en el que la multiplicidad de lenguas existentes la erige en uno de los valores significativos de nuestro continente. Y si la traducción, con carácter general, desempeña una importancia capital en la conformación del patrimonio cultural común, en el ámbito editorial ocupa un lugar primordial tanto cuantitativa como cualitativamente. De hecho difícilmente puede concebirse la actividad editorial sin el concurso de la traducción. De la importancia de la traducción en el mercado editorial dan fe las cifras. La cantidad de obras que se traducen globalmente en el mundo ha

seguido un ritmo de crecimiento constante. Una comprobación de este aserto puede hacerse fácilmente consultando la base de datos del *Index translationum*, principal herramienta de consulta para la obtención de datos sobre traducción en todo el mundo (<http://databases.unesco.org/xtrans/stat/xTransStat.html>). A través de ella podemos comprobar cómo el mercado de la traducción en la mayoría de los países occidentales está en torno a porcentajes del 25%. Es decir, que una de cada cuatro obras que se publican en Francia, Italia, Alemania, o España es una traducción. En el año 2007 las traducciones representaban un 26,7% del conjunto de la producción editorial, según los datos aportados en la Panorámica de la Edición Española de Libros (2008).

No deja de resultar significativo que el castellano constituya en España una de las principales lenguas de traducción. La explicación a esta singularidad es la progresión del resto de las lenguas oficiales que existen en España y su creciente importancia editorial. Aunque el inglés sigue manteniendo su preponderancia con un 46,9% de los títulos traducidos (datos del año 2007), el castellano ocupa un segundo lugar con un 19,9%, seguido a distancia del francés (9,8%), y del alemán (5,5%).

El recurso a la traducción ha constituido una práctica histórica entre los editores buscando o bien innovar y consolidar el catálogo, ofreciendo propuestas novedosas y atractivas a los lectores, o bien explotar los éxitos editoriales de otros países a través de su publicación inmediata. Pero las cifras ocultan la realidad interna del funcionamiento editorial con respecto a la traducción. En este sentido es preciso introducir una clara distinción entre el proceder de los grandes editores y el de los editores pequeños o independientes. Normalmente estos actúan como descubridores que invierten su competencia cultural y lingüística en la búsqueda de obras de vanguardia escritas en lenguas poco difundidas de pequeños países. Por su parte los grandes editores, los editores comerciales pertenecientes a macrogrupos multimedia, se orientan hacia la publicación de los *best-sellers* internacionales, adquiridos por cifras millonarias, en los que priman sus posibilidades comerciales más que su calidad literaria. La traducción es, ante todo, una inversión financiera que se intenta rentabilizar, de ahí su orientación fundamental hacia el *best-seller*, es decir, hacia la literatura extranjera más alimentaria. Las editoriales recurren a operaciones de traducción lucrativas recurriendo a unos procedimientos de compra y selección que operan sobre las ofertas de los agentes internacionales, principalmente estadounidenses. Los responsables de literatura

extranjera de las grandes editoriales forman una red de intercambios donde todo el mundo habla inglés. En el seno de esta red existe una trama de informadores fiables que permiten reducir los riesgos. De hecho, la precocidad de la información es determinante. La búsqueda de ésta se parece a una especie de espionaje industrial más que a una prospección auténticamente literaria. En este sentido, como señala Bourdieu, la traducción es para unos, los grandes, un simple objeto de inversión económica que se intenta rentabilizar al máximo, mientras que para otros, los pequeños, puede constituir una de las armas más eficaces de resistencia literaria contra la invasión comercial, principalmente la anglosajona. Aunque, en cierto modo, esta política convierte a las pequeñas editoriales en “lectoras” de los grandes editores que siempre tienen la posibilidad de “fichar” los descubrimientos de las anteriores mediante ofertas más sustanciosas. Así, en esta economía de la distribución de funciones las pequeñas editoriales efectúan los descubrimientos que, sin riesgo alguno inicial, las grandes pueden explotar posteriormente. En definitiva, la traducción constituye un componente indisoluble del mercado editorial, una variable sin la cual no sería posible comprender este, y uno de los principales indicadores para conocer la visibilidad de una obra. Ahora bien, la respuesta del mercado a las tentativas, iniciativas y propuestas que las editoriales realizan está siempre sujeta al principio de incertidumbre que caracteriza toda la actividad editorial.

ACE TRADUCTORES. 1997. *El libro blanco de la traducción en España*, Madrid, ACE Traductores.

BENÍTEZ, Esther. 1992. “La situación del traductor profesional (En España)” en P. Fernández Nistal (ed.), *Estudios de traducción*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 23-32.

BOURDIEU, Pierre. *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama, 2005.

CORDÓN GARCÍA, José Antonio. 2004. “La visibilidad en los circuitos de la edición y la traducción especializada” en V. García Yebra & C. Gonzalo García (eds.), *Manual de documentación y terminología para la traducción especializada*, Madrid, Arco Libros, 127-169.

CORDÓN GARCÍA, José Antonio. 2005. “El circuito bibliológico de la traducción

literaria” en V. García Yebra & C. Gonzalo García (eds.), *Manual de documentación para la traducción literaria*, Madrid, Arco Libros, 2005, 73-97.

MARTÍNEZ MUÑOZ, Catalina. 2002. “La traducción de libros en España”, *Vasos comunicantes* 22, 94-102.

PALOMARES, Rocío. 1998. “Las traducciones en el contexto editorial español” en L. Félix & E. Ortega (eds.), *Estudios sobre traducción e interpretación*, Málaga, Universidad de Málaga, 1245-1252.

Panorámica de la edición española de libros, Madrid, Ministerio de Cultura. 2008

PEGENAUTE, Luis. 2004. “Producción y consumo de traducciones literarias en la España actual” en R. Muñoz (ed.), *Actas del I congreso internacional de AIETI*, Granada, AIETI, 671-677 (cederrón).